



Research Article

Meningkatkan Kreativitas Dan Inovasi Untuk Menambah Laba Hasil Usaha

Naili Zakiyah¹, Sufiya², Adiba Maulidiah³

University of Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Corresponding Author, Email: ichanurfadelnia12@gmail.com (Icha Nur Fadilnia)

Copyright © 2026 by Authors, Published by **Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum dan Bisnis**.
This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 22, 2026
Accepted : August 15, 2026

Revised : July 02, 2026
Available online : September 01, 2026

How to Cite: Naili Zakiyah, Sufiya, S., & Adiba Maulidiah. (2026). Boosting Creativity and Innovation To Increase Business Profits. *Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 3(3), 141-149.
<https://doi.org/10.61166/regulate.v3i3.81>

Boosting Creativity and Innovation To Increase Business Profits

Abstract. This study aims to determine the importance of creativity and innovation in increasing business profits. In the era of increasingly intense business competition, business owners are required to create new ideas and make continuous improvements so that their businesses can continue to grow and compete in the market. This study uses a library research method with a descriptive analytical approach. The data were obtained from various written sources such as books, scientific journals, research articles, and other supporting documents related to creativity, innovation, and business development. The results of the study show that creativity plays a role in producing unique products, marketing strategies, and services that can attract consumer interest. Meanwhile, innovation helps business owners improve product quality, operational efficiency, and the utilization of digital technology to expand market reach. Creativity and innovation also influence business competitiveness, customer satisfaction, and consumer loyalty, which ultimately have an impact on increasing sales and business profits. Therefore, creativity and innovation are important strategies that must continue to

be developed by business owners so that businesses can survive, grow, and achieve optimal and sustainable profits.

Keywords: Creativity, Innovation, Business Profits, Competitiveness, Business Development.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pentingnya kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan laba hasil usaha. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan ide-ide baru dan melakukan pembaruan agar usaha tetap berkembang dan mampu bersaing di pasar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif analitis. Data diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi, dan pengembangan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berperan dalam menghasilkan produk, strategi pemasaran, dan layanan yang unik sehingga mampu menarik minat konsumen. Sementara itu, inovasi membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar. Kreativitas dan inovasi juga berpengaruh terhadap peningkatan daya saing usaha, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan laba usaha. Dengan demikian, kreativitas dan inovasi merupakan strategi penting yang harus terus dikembangkan oleh pelaku usaha agar usaha dapat bertahan, berkembang, dan memperoleh keuntungan yang optimal secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Laba Usaha, Daya Saing, Pengembangan Usaha.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin berkembang, setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan teknologi serta perubahan tren pasar menuntut pelaku usaha agar terus melakukan pembaruan dalam menjalankan usahanya. Salah satu faktor penting yang dapat mendukung keberhasilan usaha adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas membantu pelaku usaha dalam menciptakan ide-ide baru, sedangkan inovasi berperan dalam mewujudkan ide tersebut menjadi strategi nyata yang mampu meningkatkan nilai usaha.

Kreativitas dan inovasi menjadi kunci penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Pelaku usaha yang mampu menghadirkan produk atau layanan yang berbeda dari pesaing akan lebih mudah menarik perhatian konsumen. Misalnya, inovasi dalam desain produk, strategi pemasaran digital, pelayanan pelanggan, maupun pemanfaatan teknologi dapat memberikan nilai tambah bagi usaha. Dengan adanya pembaruan tersebut, usaha dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang ketat. Namun, pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha yang kurang memahami pentingnya kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha. Sebagian pelaku usaha cenderung mempertahankan cara-cara lama tanpa melakukan perubahan yang signifikan. Akibatnya, usaha sulit berkembang, daya saing menurun, dan laba yang diperoleh tidak mengalami peningkatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan berinovasi merupakan kebutuhan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin cepat juga menuntut pelaku usaha untuk lebih peka terhadap peluang pasar. Konsumen saat ini cenderung memilih

produk atau jasa yang memiliki nilai tambah, keunikan, dan kemudahan akses. Jika pelaku usaha tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut, maka peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar akan semakin kecil. Oleh sebab itu, kreativitas dan inovasi perlu terus dikembangkan agar usaha tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, meningkatkan kreativitas dan inovasi merupakan langkah strategis yang perlu dilakukan oleh setiap pelaku usaha. Dengan kreativitas, pelaku usaha dapat menemukan peluang baru, sedangkan inovasi dapat membantu menciptakan solusi yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk maupun layanan. Penerapan kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan diyakini mampu meningkatkan kepuasan konsumen, memperluas pasar, serta menambah laba hasil usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif analitis. Penelitian kepustakaan merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai informasi dan data dari sumber-sumber tertulis yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian. penelitian kepustakaan adalah kegiatan penelitian yang dilakukan dengan menelaah berbagai literatur untuk memperoleh data yang diperlukan sebagai landasan dalam menjawab permasalahan penelitian. Penelitian ini tidak mengharuskan peneliti terjun langsung ke lapangan, melainkan berfokus pada kajian dan analisis data sekunder yang telah tersedia.

Pendekatan deskriptif analitis digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta-fakta yang ditemukan dalam berbagai sumber pustaka, kemudian dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kreativitas, inovasi, dan peningkatan laba usaha. Menurut Sugiyono, pendekatan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek penelitian berdasarkan data yang telah terkumpul tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa jurnal ilmiah utama yang secara khusus membahas kreativitas dan inovasi dalam pengembangan usaha, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku referensi, artikel ilmiah, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen lain yang relevan. Menurut (Undari Sulung, 2024), data sekunder merupakan data pendukung yang diperoleh melalui dokumen tertulis yang dapat membantu memperkuat hasil analisis penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri, membaca, mencatat, mengelompokkan, dan mengkaji berbagai referensi yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Proses pencarian literatur dilakukan melalui jurnal nasional maupun internasional. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis). Analisis isi dilakukan dengan cara menelaah isi dari berbagai referensi untuk menemukan pola, konsep, teori, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan laba usaha. Menurut (Firmansyah, 2025), analisis isi adalah teknik

penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan sah dari data berdasarkan konteksnya.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa langkah. Pertama, reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Kedua, penyajian data, yaitu menyusun informasi secara sistematis agar mudah dipahami. Ketiga, penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan hasil analisis berdasarkan pola hubungan yang ditemukan dalam berbagai literatur. Menurut (M.husnullail et al., 2024), proses analisis data dilakukan secara interaktif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga menghasilkan temuan yang kredibel.

Melalui metode penelitian kepustakaan ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana kreativitas dan inovasi dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan laba usaha. Dengan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang objektif dan ilmiah terkait pentingnya kreativitas dan inovasi bagi keberlangsungan dan perkembangan usaha di tengah persaingan ekonomi yang terus berkembang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel penelitian yang membahas kreativitas, inovasi, dan pengembangan usaha, diperoleh beberapa temuan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki peran penting dalam membantu pelaku usaha menghasilkan ide-ide baru yang dapat diwujudkan menjadi produk, layanan, maupun strategi pemasaran yang memiliki nilai tambah. Selain itu, inovasi terbukti menjadi faktor yang mendukung peningkatan kualitas produk, efisiensi operasional, serta pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Berbagai literatur juga menunjukkan bahwa penerapan kreativitas dan inovasi mampu meningkatkan daya saing usaha, memperkuat kepuasan serta loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mampu menerapkan kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan keberlangsungan usaha, serta memperoleh laba yang optimal di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha

Berdasarkan hasil kajian terhadap berbagai literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan artikel penelitian yang membahas kreativitas, inovasi, dan pengembangan usaha, diperoleh beberapa temuan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memiliki peran penting dalam membantu pelaku usaha menghasilkan ide-ide baru yang dapat diwujudkan menjadi produk, layanan, maupun strategi pemasaran yang memiliki nilai tambah. Selain itu, inovasi terbukti menjadi faktor yang mendukung peningkatan kualitas produk, efisiensi operasional, serta pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Berbagai literatur juga menunjukkan bahwa penerapan kreativitas dan inovasi mampu meningkatkan daya saing usaha,

memperkuat kepuasan serta loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mampu menerapkan kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan, mempertahankan keberlangsungan usaha, serta memperoleh laba yang optimal di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Kreativitas dan inovasi merupakan dua unsur penting yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas menjadi dasar utama dalam menciptakan ide-ide baru yang dapat dikembangkan menjadi peluang usaha yang bernilai ekonomis. Menurut (Undari Sulung, 2024), kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru serta menemukan cara-cara baru dalam melihat peluang dan memecahkan permasalahan usaha. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk menghasilkan produk atau jasa yang berbeda dari yang sudah ada di pasar, sehingga mampu memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dengan adanya kreativitas, usaha dapat menciptakan identitas unik yang membedakannya dari para pesaing.

Inovasi merupakan bentuk nyata dari penerapan ide kreatif yang diwujudkan dalam bentuk produk, layanan, proses kerja, maupun strategi pemasaran yang lebih efektif. Menurut (Nurlela, Syarifah, 2025), inovasi adalah alat utama wirausaha dalam memanfaatkan perubahan sebagai peluang untuk menciptakan nilai tambah. Inovasi dalam usaha dapat dilakukan melalui pengembangan kualitas produk, penggunaan teknologi modern, pelayanan yang lebih cepat dan efisien, hingga pembaruan dalam sistem operasional usaha. Inovasi membantu pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Dalam era digital seperti saat ini, inovasi menjadi kebutuhan penting agar usaha tetap relevan dan mampu bersaing dalam pasar yang semakin luas.

Kreativitas dalam usaha dapat terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk yang unik dan memiliki ciri khas tertentu. Sebagai contoh, pelaku usaha makanan yang menghadirkan varian rasa baru, desain kemasan menarik, serta strategi promosi kreatif melalui media sosial akan lebih mudah menarik perhatian konsumen. Menurut penelitian (Ardana et al., 2025) kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha karena dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kreativitas memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk terus menghadirkan pembaruan yang mampu menyesuaikan selera pasar. Dengan demikian, usaha tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga memiliki peluang untuk berkembang lebih cepat.

Inovasi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha. Inovasi memungkinkan usaha untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pelayanan, serta menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. Menurut (Muhammad Ryan Fauzi, 2019) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha karena mampu menciptakan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Ketika konsumen merasa puas terhadap kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Loyalitas pelanggan inilah yang pada akhirnya menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi usaha di pasar.

Perkembangan teknologi informasi juga memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk berinovasi. Pemanfaatan media digital seperti platform pemasaran online, layanan pemesanan berbasis aplikasi, dan promosi melalui media sosial merupakan bentuk inovasi yang mampu memperluas jangkauan pasar secara efektif. Menurut (Wijaya et al., 2019), inovasi akan lebih cepat diterima apabila memberikan keuntungan yang jelas bagi penggunanya. Dalam konteks usaha, penggunaan teknologi digital terbukti membantu pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya pemasaran yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Hal ini memberikan peluang yang besar dalam meningkatkan volume penjualan dan memperkuat daya saing usaha.

Kreativitas dan inovasi juga berperan penting dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen. Konsumen modern cenderung menginginkan produk yang praktis, berkualitas, inovatif, dan sesuai tren. Pelaku usaha yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut akan kesulitan mempertahankan eksistensinya. Penelitian oleh (Syarif Hidayatullah, 2025) menunjukkan bahwa usaha yang konsisten melakukan inovasi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam persaingan pasar dibandingkan usaha yang stagnan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi bukan sekadar pilihan, melainkan kebutuhan yang harus dilakukan secara berkelanjutan.

Kreativitas dan inovasi juga memberikan dampak terhadap citra usaha. Produk yang kreatif dan inovatif akan lebih mudah dikenal masyarakat serta memiliki nilai lebih di mata konsumen. Citra positif ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Menurut penelitian (Stefanie, Edwin Sugesti Nasution, 2026) kreativitas dan inovasi secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja usaha, terutama dalam memperkuat posisi usaha kecil dan menengah di tengah persaingan ekonomi. Usaha yang memiliki citra positif akan lebih mudah mendapatkan pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Kreativitas dan inovasi mampu menciptakan efisiensi dalam pengelolaan usaha. Pelaku usaha yang inovatif akan cenderung menemukan cara kerja yang lebih efektif dan hemat biaya. Efisiensi ini dapat meningkatkan produktivitas sekaligus menekan pengeluaran operasional. Dengan biaya yang lebih rendah dan hasil penjualan yang meningkat, maka keuntungan usaha akan semakin optimal. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan internal usaha secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan daya saing usaha. Kreativitas menjadi sumber lahirnya ide-ide baru, sedangkan inovasi menjadi sarana untuk mewujudkan ide tersebut menjadi langkah nyata yang bernilai ekonomis. Pelaku usaha yang mampu mengembangkan kedua aspek ini secara konsisten akan lebih siap menghadapi persaingan, lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan usaha secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, kreativitas dan inovasi harus terus ditingkatkan agar

usaha dapat berkembang, bertahan, dan menghasilkan laba yang optimal dalam jangka panjang.

Dampak Kreativitas dan Inovasi Terhadap Peningkatan Laba Usaha

Dampak kreativitas terhadap peningkatan laba usaha dapat dilihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk yang unik dan berbeda dari pesaing. Produk yang memiliki ciri khas akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan minat beli. Misalnya, pelaku usaha kuliner yang menciptakan variasi menu baru, tampilan makanan yang menarik, atau konsep pelayanan yang berbeda akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan. Kreativitas juga membantu usaha dalam membuat strategi pemasaran yang menarik, seperti promosi melalui media sosial, desain kemasan yang unik, dan pelayanan yang ramah. Hal tersebut dapat meningkatkan jumlah penjualan dan berdampak pada peningkatan laba usaha (Noviani, 2020).

Selain kreativitas, inovasi juga memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan keuntungan usaha. Inovasi dapat dilakukan dalam berbagai bidang, seperti inovasi produk, inovasi pelayanan, maupun inovasi teknologi. Dengan adanya inovasi, usaha dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Contohnya, penggunaan aplikasi pemesanan online atau pembayaran digital dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Kemudahan tersebut membuat pelanggan merasa puas sehingga kemungkinan untuk melakukan pembelian ulang menjadi lebih besar. Semakin banyak pelanggan yang loyal, maka pendapatan usaha juga akan meningkat. Kreativitas dan inovasi juga membantu pelaku usaha dalam menghadapi persaingan bisnis. Usaha yang mampu berinovasi akan lebih bertahan dibandingkan usaha yang tidak melakukan perubahan. Konsumen cenderung tertarik pada produk atau layanan yang terus berkembang dan mengikuti tren. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus mencari ide baru agar usahanya tidak tertinggal. Dengan adanya pembaruan produk dan strategi usaha, konsumen tidak mudah bosan sehingga penjualan dapat terus meningkat (Harini et al., 2022).

Selain meningkatkan penjualan, kreativitas dan inovasi juga dapat meningkatkan efisiensi usaha. Misalnya, penggunaan teknologi modern dalam proses produksi dapat menghemat waktu dan biaya operasional. Biaya yang lebih efisien akan membantu usaha memperoleh keuntungan yang lebih besar. Dengan demikian, kreativitas dan inovasi tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga membantu mengurangi pengeluaran usaha. Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki dampak yang sangat besar terhadap peningkatan laba usaha. Kreativitas membantu menciptakan produk dan strategi pemasaran yang menarik, sedangkan inovasi membantu usaha berkembang sesuai kebutuhan konsumen dan perkembangan teknologi. Dengan adanya kreativitas dan inovasi, usaha dapat meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, serta memperoleh keuntungan yang lebih besar (Manilang et al., 2025).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan laba hasil usaha. Kreativitas menjadi kemampuan dasar bagi pelaku usaha untuk menghasilkan ide-ide baru yang unik dan bernilai tambah, sedangkan inovasi merupakan penerapan nyata dari ide tersebut dalam bentuk produk, layanan, maupun strategi usaha yang lebih efektif. Kedua aspek ini saling berkaitan dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kreativitas dan inovasi memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha, seperti meningkatnya daya tarik produk, kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, perluasan pasar, serta kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan kebutuhan konsumen. Kondisi tersebut secara langsung maupun tidak langsung akan berdampak pada peningkatan pendapatan dan laba usaha secara berkelanjutan. Selain itu, usaha yang terus melakukan pembaruan akan lebih mudah bertahan dan berkembang dibandingkan usaha yang tidak melakukan inovasi.

Oleh karena itu, setiap pelaku usaha perlu terus mengembangkan kreativitas dan inovasi sebagai strategi utama dalam menjalankan usaha. Dengan kemampuan berpikir kreatif dan keberanian untuk melakukan pembaruan, pelaku usaha dapat menciptakan peluang baru, meningkatkan kualitas usaha, serta memperoleh keuntungan yang optimal demi keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, A., Chintia, A., Rahma, Z., Sitorus, S. I., Lubis, S., Hutasuht, S., Medan, U. N., & Produk, D. S. (2025). PENGARUH KREATIVITAS PRODUK TERHADAP. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5), 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i5.29384>
- Firmansyah, I. (2025). No Title 濟無No Title No Title No Title. *ANALISIS ISI PESAN DAKWAH NAHDLATUL ULAMA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @nuonline_id*, 2, 306–312.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, marwah eka. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja. *JURNAL INSPRASI BISNIS & MANAJEMEN*, 6(1), 67–82. <https://doi.org/10.47467/visa.v4i3.3813>
- M.husnullail, Jailani, M. syahra., & Asbui. (2024). Teknik Pemeriksaan Data Dalam Riset Ilmiah. *Genta Mulia*, 15(2), 70–78.
- Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). “Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82–92. Kompasiana.com. “Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan.” KOMPASIANA, 11 July 2021, www.kompasiana.com/muhammadyazidkurnia1289/60eb281e06310e0f25262892/inovasi-dan-kreativitas-dalam-kewirausahaan. Accessed 27 Oct. 2023.
- Muhammad Ryan Fauzi, K. mandala. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN

- UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.vo8.i11.p18>
ISSN
- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar"). *Jurnal Manajemen Danbisnis (Jumanis)*, 2(1), 2076–2086. <https://doi.org/10.47080>
- Nurlela, Syarifah, K. (2025). Peran Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Keberhasilan Wirausaha. *Journal RIBH*, 1(1), 1–12. <https://journal.sychostrategy.com/index.php/rbh/article/view/12>
- Stefanie, Edwin Sugesti Nasution, H. S. (2026). Literature Review : Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Fashion di Indonesia. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 2(5), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/menulis.v2i5.1129>
- Syarif Hidayatullah, D. P. (2025). Journal of Applied Economics and Business Global. *E-Journal.Nusantaraglobal.Ac.Id/Index.Php/Jaebg/Index*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/>
- Undari Sulung, M. M. (2024). Jurnal Edu Research Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS) Page 25. *Jurnal Edu Research : Indonesian Institute For Corporate Learning And Studies (IICLS)*, 5(3), 110–116.
- Wijaya, R. A., Ilhama, N., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 1–11.